

В современном цифровом мире сайт строительной организации играет ключевую роль в ее продвижении и успешной деятельности. Он служит не только инструментом для привлечения клиентов, но и важным элементом корпоративного имиджа. Правильное оформление, оптимизация и регулярное обновление сайта могут значительно повысить его эффективность и способствовать успешному продвижению компании на рынке. Вложение времени и ресурсов в создание и поддержку качественного сайта является стратегически важным шагом для любой строительной организации, стремящейся к успеху и росту.

Л и т е р а т у р а

1. SEO-аудитор – сервис для SEO анализа сайта онлайн. – URL: <https://roistat.com> (дата обращения: 08.09.2024).
2. ОАО «Гомельстройматериалы». – URL: <https://oaogsm.by/> (дата обращения: 08.09.2024).
3. Особенности создания сайта для промышленной компании. – URL: <https://garpix.com/blog/osobennosti-sozdaniya-sajta-dlya-promyshlennoj-kompanii> (дата обращения: 08.09.2024).

УДК 004.738.5

SEO-ОПТИМИЗАЦИЯ И ЕЕ РОЛЬ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Л. Л. Соловьева, А. В. Рубцова, М. Л. Шевченко

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Рассмотрена роль SEO-оптимизации в привлечении новых клиентов, увеличении продаж, повышении брендовой видимости и создании конкурентного преимущества онлайн-пространстве.

Ключевые слова: сайт, оптимизация, интерфейс, онлайн-пространство, юзабилити.

SEO OPTIMIZATION AND ITS ROLE IN THE ACTIVITIES OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE

L. L. Solovyova, A. V. Rubtsova, M. L. Shevchenko

Sukhoi State Technical University of Gomel, the Republic of Belarus

This article examines the role of SEO optimization in attracting new customers, increasing sales, increasing brand visibility and creating a competitive advantage in the online space.

Keywords: website, optimization, interface, online space, usability.

В современном мире, где информация доступна в огромном количестве, промышленным предприятиям необходимо привлекать внимание потенциальных клиентов и партнеров онлайн. SEO-оптимизация становится неотъемлемой частью маркетинговой стратегии любого бизнеса, в том числе для промышленных предприятий.

SEO (Search Engine Optimization) – это комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации, направленный на повышение позиции сайта в результатах выдачи поисковых систем [1]. Проще говоря, SEO помогает делать сайт более видимым для пользователей, ищущих информацию по ключевым словам, связанным с деятельностью предприятия.

Подбор ключевых слов для промышленного сайта начинается с изучения предложений компании и потребностей целевой аудитории. Стоит использовать инстру-

менты для анализа ключевых слов, чтобы найти те запросы, которые чаще всего используются потенциальными клиентами. Учитывать нужно не только высокочастотные запросы, но и более специализированные длинные запросы, которые могут привести целенаправленный трафик на ваш сайт.

Благодаря SEO-оптимизации сайт появляется выше в поиске, что, в свою очередь, привлекает больше потенциальных клиентов и увеличивает трафик на сайт.

SEO-оптимизация очень важна для промышленных предприятий по следующим причинам:

1) SEO-оптимизация помогает привлечь на сайт целевую аудиторию, которая ищет продукцию или услуги предприятия;

2) SEO позволяет повысить трафик на сайт, что может привести к увеличению продаж и доходов;

3) SEO способствует узнаваемости бренда в онлайн-пространстве и укрепляет позитивный имидж предприятия;

4) SEO помогает выделиться на фоне конкурентов и занять ведущие позиции в поисковой выдаче;

5) SEO позволяет создать качественный и информативный контент, который увеличивает доверие к предприятию.

Для достижения максимальной эффективности SEO необходимо проводить комплекс мер: проводить технический аудит сайта, корректировать ошибки, улучшать скорость загрузки, создавать мобильную версию сайта, публиковать качественный и интересный контент (статьи, видеоролики, кейсы), правильно подбирать ключевые слова, размещать ссылки на сайт предприятия на других ресурсах и участвовать в форумах и социальных сетях. Важно отслеживать положение сайта в поисковой выдаче, количество переходов на сайт и другие показатели эффективности.

Правила оптимизации задаются поисковыми системами. Каждая из них использует и регулярно обновляет собственные алгоритмы ранжирования, которые складываются из множества факторов. И, хотя формулы находятся в секрете, специалисты знают, какие факторы имеют наибольший вес. Воздействуя на них, можно улучшить позиции по ключевым запросам в результатах поиска.

Важное значение для результатов продвижения имеет поведение пользователей, удобство интерфейса и скорость загрузки сайта. С развитием и усложнением алгоритмов значение вышеперечисленных факторов неуклонно растет, что в итоге делает поисковую выдачу более качественной. Поисковые системы стремятся выдавать наиболее полезный материал на запрос пользователя. Следовательно, владельцам ресурса необходимо публиковать максимально интересный для его аудитории контент.

Необходимо помнить, что SEO – это не быстрый способ получения результатов. Это долгосрочная стратегия, требующая постоянной работы и вложений.

Эффективность SEO-кампаний можно оценить по ряду показателей: рост органического трафика на сайт; улучшение позиций по целевым ключевым словам в поисковой выдаче; количество лидов или запросов на коммерческие предложения; уровень конверсии; общая видимость бренда в интернете. Для этого используются различные аналитические инструменты типа Google Analytics или сервисов для отслеживания позиций.

SEO-оптимизация делится на внутреннюю и внешнюю [2].

Внутренняя оптимизация – это самая трудоемкая работа, ее необходимо проводить постоянно. Именно внутреннюю оптимизацию следует рассматривать как ключевой фактор успеха вашего проекта. Ее цель – сделать сайт привлекательным как для пользователя, так и для поисковых систем, с учетом того, что в первом случае сайт

оценивают живые люди, а во втором – алгоритмы. Для этого сайт должен быть качественным, быстрым, удобным для пользователей и в полной мере предоставлять ту информацию, за которой они к вам пришли, учитывая требования поисковых систем.

Внешняя оптимизация – это наращивание ссылочной массы, т. е. получение ссылок на свой сайт с других ресурсов. В случае промышленной тематики особое значение приобретает получение качественных упоминаний с авторитетных ресурсов отрасли — это повысит доверие со стороны поисковых систем к вашему сайту. Правильно оформленная ссылка находится на сайте, сходным по тематике с вашим, расположена в тексте или комментариях, ненавязчива и может пригодиться пользователю.

Рассмотрим пример внутренней оптимизации сайтов предприятий кондитерской отрасли: СП ОАО «Спартак» (1), СОАО «Коммунарка» (2), ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» (3) [3–5]. Для этого проведем анализ User Interface (пользовательского интерфейса) и юзабилити. UI – это внешний вид интерфейса (инструменты, при помощи которых происходит взаимодействие пользователей с контентом и функциональными возможностями сайта). Юзабилити — это показатель того, насколько легко и удобно пользователю взаимодействовать с интерфейсом сайта. Результаты анализа экспертов и потребителей представлены в таблице в виде средних оценок.

Анализ сайтов предприятий кондитерской отрасли

Показатели	Сайты предприятий		
	(1)	(2)	(3)
User Interface			
Цветовая палитра	8	5	6
Размеры и внешний вид форм и кнопок	7	8	7
Тип и размер шрифта	8	7	8
Взаимное расположение объектов	9	7	9
Среднее по пользовательскому интерфейсу	8	6,75	7,5
Юзабилити			
Простая навигация	10	10	10
Быстрое запоминание	8	7	8
Минимум ошибок	10	10	10
Быстрый результат	9	9	9
Практичность сайта	7	7	9
Эстетичность сайта	10	8	8
Удовлетворенность	9	8	8
Целостность	9	8	9
Среднее по юзабилити	9	8,75	8,9
Сумма по двум направлениям	17	15,5	16,4

По данным оценкам видно, что лидирующим сайтом является spartak.by, что говорит о полной удовлетворительности оформления сайта.

Основные направления SEO-оптимизации для сайтов предприятий:

– СП ОАО «Спартак»: сделать кнопки пропорциональными тексту, проанализировать функции сайта, добавить, например, интернет-магазин для конечных потребителей;

– СОАО «Коммунарка»: пересмотреть цветовую палитру, использовать пастельные тона, увеличить размер шрифта, использовать мнемонические приемы, добавить, например, интернет-магазин для конечных потребителей;

– ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч»: сменить цветовую палитру в тон основного бренда, увеличить размер шрифта.

На данных сайтах кондитерских фабрик были представлены каталоги со всей продукцией без возможности доставки бытовым потребителям, а лишь закупка поставщиками оптом, поэтому можно было бы предусмотреть хотя бы формирование заказов и самовывоз из фирменных магазинов от определенной суммы.

SEO-оптимизация для промышленного предприятия – это не единовременное мероприятие, а процесс в виде постоянного мониторинга и корректировки стратегии. К тому же оптимизация имеет не всегда быстрые и ощутимые результаты, но она обязательна для привлечения потребителя.

Л и т е р а т у р а

1. SEO-оптимизация. URL: <https://newslab.ru/news/> (дата обращения: 20.09.2024).
2. SEO продвижение сайтов. URL: <https://seo.ru/chto-takoe-seo/> (<https://seo.ru/chto-takoe-seo/>) (дата обращения: 19.09.2024).
3. Официальный сайт СП ОАО «Спартак». – URL: <https://spartak.by/> (дата обращения: 19.09.2024).
4. Официальный сайт СОАО «Коммунарка». – URL: <https://www.kommunarka.by/> (дата обращения: 19.09.2024).
5. Официальный сайт ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч». – URL: <https://www.slodych.by/> (дата обращения: 19.09.2024).

УДК 331.1

ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СИСТЕМЕ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Н. В. Сычёва, А. В. Сычёв

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Обоснована целесообразность использования проектно-целевого подхода в системе регулирования трудовых отношений сельскохозяйственных организаций, дана оценка условий и возможностей перехода на проектно-целевой метод организации аграрного труда.

Ключевые слова: проект, проектно-целевой подход, проектное управление, организация труда, трудовые отношения, сельское хозяйство.

PROJECT MANAGEMENT IN THE SYSTEM OF LABOR RELATIONS OF AGRICULTURAL ORGANIZATIONS

N. V. Sychova, A. V. Sychou

Sukhoi State Technical University of Gomel, the Republic of Belarus

The article substantiates the feasibility of using the project-target approach in the system of regulating labor relations in agricultural organizations, an assessment of the conditions and possibilities of transition to the project-target method of organizing agricultural labor is given.

Keywords: project, project-target approach, project management, labor organization, labor relations, agriculture.